

ザ・ミディアム：メディア論の試み (2)

著者	中野 収
出版者	法政大学社会学部学会
雑誌名	社会志林
巻	46
号	1
ページ	144-86
発行年	1999-09
URL	http://hdl.handle.net/10114/00015087

ことばを、他方がどう受けとめるか、その結果、関係はどう変るか。これは起こりうる、いや起っていることだ。このやりとりと結果の全過程は、なんらかの「力」によって動いている、というしかない。そして一事が万事である。

(参考文献は、先の論文『ザ・ミーディアム——メディア論の試み』(1)とほとんど重複しているので、ここでは割愛する)

(9) このあたりの記述は、推定につぐ推定である。他のところでふれたように、進化の過程、ましてその細部となると、科学的に実証するとか、正しく再現するとか、は完全に不可能である。ところで、文明・文化の変遷の過程で、さまざまに変容してきた人間にとって有意味・有意義・有用な「ものごと」の本質はどんなものであったか。それを知るためには、その「ものごと」の始源をたずねること、その始まりの中にさがすこと、これが最も有効な方法といわれている。しかし、進化については、その始源が、その最もプリミティブな経過がわからない。だから、傍証や状況証拠や推理を重ねながら、その状態を推定するしかない。推定ではあるが、本文のこの前後に書かれていることは「おそらくはそうであつただろう」といえると思う。したがって、この記述を始源の状態の相当に正確な再現とみなして、そこから、ことばやコミュニケーションやメディアが、どういう経過をたどって形成されたかを、かなりの確度で推定できる。そしてその推定は、それぞれの本質をよく語ってくれるはずである。ぼくは、この推定に基づいた記述の価値を認めたい。その言述が科学的であるか否かは、相対的に小さい問題である、と思っている。

(10) 「葬」と「喪」、これは最も人間的というか、人間に固有の文化的スタイルである。即物的にいえば、死は無である。その「無」について思い患うことは、論理的に考えれば無意味である。しかし、人間は古来、「葬」と「喪」に夥しい時間と空間とエネルギーを投入してきた。その分、死、したがって「葬」と「喪」に読み込んだ——いや押し込んだというほうが正確だと思うが——意味は大きくて濃密だった。もちろん、その意味は生き(残っ)ている人々にとっての意味である。よくいうではないか、「祝儀は手を抜いてもいいが、不祝儀の不義理は許されない」と。これは、死と葬と喪に与えられた意味の重さを示したことばだ。とくに、近親者の不慮の死がいかに深刻な意味をもつか。たとえば野田正彰『喪の途上にて』は、縁者の死に打ちひしがれた人の心をどういやすか、心をどう回復させるか、その難しさをドキュメント風に描く。死を受け容れる最も巧妙なシステムとしての宗教の力が著しく低下した現代の心情風土の下で、ひとたび親兄弟・姉妹、つれあいや友人の死に出合い、それにとり憑かれた時、その呪縛から容易に脱出できないことは理解できる。しかし、ほかならぬ宗教と縁を切ろうとしたのは、われわれ自身ではなかったか、とぼくは思う。この数年「葬」と「喪」が、異様と思えるほどに、人々の関心をひいているのは、ひとつには、宗教との絶縁がある——要するに、以上のすべてが「死」という実体の意味を、人は「葬」と「喪」というメディアでいかに語り続けようとしているのか、の証拠である。昔も今も変わらない。

(11) フーコーに倣って「権力」の定義を無闇に拡張しようとは思わないが、一般に、人と人との関係には、なんらかの「力」が介在しているのは事実だ。恋をするごく平凡な少年と少女の間にも、「力」が作用していて、その作用いかんが恋の行方を決める。一方のとりとめのない小さな

と、テレビは、送るべきもの・送っていいもの、表現すべきもの・表現が許されているもの等のすべてをすでに送っているのではあるまいか。匂いの伝送は、理論的にも技術的にも容易らしい。が、匂いが伝わってくることのおぞましさを考えてみたまえ。

かくして、今のところ、テレビは窮極のメディアといえる。がしかし、五百年先のことはわからない。いや十年先だってあやしい。今、テレビはそういう位置にある。これを相手にして「評価」などしないほうがいい。

(5) 好悪はあると思うが、『方丈記』を読んで印象的なのは、あの極限的に簡素な方丈が、長明の文章を読んだだけでも、意味で充滿していること。のみならず、方丈の内外で彼の想像力は、時空を越えて飛翔し、その都度夥しい意味を産出している。都の災害も福原遷都も、彼の想像力にかかると、通常人の数倍の意味を生む。つまり、方丈は、その意味を産出する基本的装置（つまりはメディア）だったのだ。だから長明は、方丈に曇如としていた。そこに、タフな生活力をみて、彼を嫌悪する人がいておかしくない。

(6) これもまた、記号・コミュニケーション・メディア行動の基盤にある基本的な理論の両義性・相補性の問題なのかもしれない。意味はどこにあって、どう発現するのか。これについて、決定的に対立するふたつの説があって、理論的にも論理的にも、その真偽を決定できないとは、一体どういうことなのだろう。今のところ、どっちをとるかは、個人的な、いやごく私的な人間観によっている。これが、ともあれ、コミュニケーション科学の理論の出発点にある！ そんなことでいいのか、という批判はあって当然と思うけれど、科学的思考のギリギリの前提のところに、ある種の恣意性というか、任意性というか、そういうものをどうやら否定できない。

(7) この問題も、「ことば＝コミュニケーションは、なにかから始まったか」という問と関連している。もし、その始源の形態が明確でなかったとすれば、作られたメディアの機能・役割がすっかり変ってしまう、まったく別のものになってしまう、機能が反転してしまう、ということが起って当然である。非常に近いところでテレビ。よくいわれるように、テレビは遠くのものをもそのままの形で（望遠鏡などで拡大しないで）みたいという青年の白昼夢が開発のきっかけだった、といわれている。新聞は、あるいは活版印刷は、なにがきっかけで始まったのだろうか。

(8) 本論文を読んでいた読者にはわかっていると思うけれど、「人とメディアが一体」だとすると、人間論とメディア論は、八割方は重なってしまうのではなからうか。つまり、両者を分ける必要などない。いやそもそも分けられない。もちろんメディア論のみならず、人間論だって、さまざまな人間論があり、ひとつの体系的人間論などないから、このふたつの論の関係そのものが曖昧模糊としている、というしかない。つまり、現実的にいうと、メディア論は多量の人間論をかかえこんでいる、逆もそうだ、ということである。だから本当は「ここでやっているのはメディア論」などとはいえないのである。いっちゃったけれど。

る。うんざりだ。ぼくがここであえて書く理由をもうひとつあげると、こういうマスコミ認識を多少は修正したい、という気持があるからだ。

(2) コミュニケーションにかかわる社会・文化現象を学問的(社会科学的)に観察する必要はたしかにあるのだけれど、ぼくらの日常の、いうならば生活の営みとしてのコミュニケーション行動は、社会科学的認識のために、存在しているわけではない。ぼくらがさまざまな対象と意識することなどなく行っているとりとめのないコミュニケーション、そのコミュニケーションに潜むささやかな喜怒哀楽となると、おそらく科学的関心からははずれてしまうだろう。

ぼくがいたいのは、人間の生の営みとしての広義のコミュニケーションを、その全体を、社会科学的方法もしくは学問的認識能力は扱いきれないだろう、ということだ。生きて生活している人間にとって、より重要な・より肝心なコミュニケーションは、この扱いきれない部分にある、その可能性は大きい。ぼくは、この文字通り人間的で、魅力にあふれるコミュニケーションをなんとか扱えないものか、とずっと考えてきた……。

(3) かつて「コミュニケーションとは、記号の運動過程である」という定義を使ったことがある。このごく抽象的な定義は、抽象的であるが故に、偽の命題ではない。仮にこの定義を採用したとすると(なんらかの仮説に依拠することの是非は、ア・プリオリに決定できない)、思考とか、「自己内対話」とか、自問自答とかも、記号の運動となる。記号 \parallel ことばなしに、こうした過程は不可能だからである。自我の内部の記号の運動、これをもう一度いいおすと、「自己^{イントラパーソナル}内コミュニケーション」になる。この自己内コミュニケーションと、自我の外部に存在する「もの」を対象としたコミュニケーション(マスメディア行動を含む)とが、有機的に連動している。自我の外壁が曖昧になった時、この連動は、ひとつのコミュニケーション行動の中に解消されてしまう……。

(4) 広い意味のブラウン管(液晶表示を含む)を技術的なメディアとする広義のテレビメディアのメディアとしての表現・伝達の潜在的可能性は、まだすべて開発されたとはいえない。発明以来五百年のプリンテッドメディアですら、未だに発展途上にあるかにみえる。してみれば、実用段階に入っただけで四十年のテレビが発展の前半にあっておかしくない。たとえば、五十年後にテレビがどういう社会的メディアとして存在しているか、ほとんど予想できない。予想などしないほうがいい。

人間は、知識や情報や信号を、どういう形で、どういう方法で伝達し合うかということと、今、テレビメディアが実現していることを比較してみると、情報・信号としてテレビが伝送してないのは、匂ひ(臭ひ)と味である。そして、この辺はどう議論すればいいのかわからないけれど、アウラもしくはオーラもしくは雰囲気と表現される「なにか」(情報)を伝えているのかいないのか。こんなことをまとめて考えてみる

注

でこの空間内のひととひとのかかわりを分けることはできる。しかし、関係の狭間に狭義のメディアが介在しているようにいがいが、これら空間の主たる住人たち（今時の生活者・特に若い世代）は、関係の直接／間接も、関係を媒介するメディアの有無も意に介さないだろう。なにしろ、空間自体をメディアと観念しているのだから。いずれにしろ、ここではメディアが遍在している（「メディア空間」にメディアが遍在しているとは、同義反復もいいとこだ。が、同時にこの「メディア空間」がほとんど生活空間に等しいことを強調したいから、あえていっている）。メディアが遍在しているからであろうが、ここでは広義のコミュニケーションが濃密に実現している。たとえば「祭」の時の意味の氾濫、氾濫する意味と人々との高密度の相互作用、『24時間テレビ』の時の感情過多のメッセージの氾濫等々。このコミュニケーションに参加したことから得られる報酬（「ああ、オモシロかった」「やってよかった」等のカタルシス）は大きいし、ひととひとのかかわりもあらためて確認され、多くの人がそこに喜びを感じている。

人間はずっと昔から「メディア空間」にこだわりをもち「メディア人間」だった。しかも、そのメディアにたったひとつの用途をみていたわけではなかったし、実際メディアを多元利用してきた。ただ、メディアの多元的利用のそれぞれに共通しているのは、種としての人類の生理的欲求といって差支えないと思われる、共同性・共同体・共同社会への希求である。この種の「メディア空間」への参入や体験によって得られるエクスタシー・カタルシスも、おそらくこの希求と関係がある。今時の若い世代が、メディア一般を強く擬人化している事実からも明らかであろう。ぼくには、メディアと人間との関係がただごとでないように思えてならないのだ。

(1) 入門書・教科書には、高校の社会科学教科書よろしく、マスメディアのつくる社会・文化状況やその影響力等がわかりやすく説明されている。

学会・研究者の常識の範囲内で書かれているからか、大学の教養課程在学中の学生にマスコミを論じさせると、常識で固められた、凡庸・陳腐というしかない退屈な話が展開する。自分はマスコミの「悪い影響」など受けてないが、人々（誰のことだろう？）がマスコミに接すると必ず「悪い影響」を受ける、と。また、少年・少女の非行も、流行歌の爆発的ヒットも、あれもこれも、みんなマスコミのせいだ、と。マスコミにやられるのは、やられるほうが「大衆」だからである。が、「自分は大衆ではない」と。というふうな「大衆」とマスコミ批判を展開してみせ

クリスマスやバレンタインのような輸入された贈与習慣がすでにあつて、社会関係の相対的に稀薄なところに定着しやすく（どうしてだろう？ いや当然か）、その場合、関係は相対的に流動的だから、贈与はゲーム化する。それはそれで嬉しい。伝統的な贈与であれ、輸入のそれであれ、社会関係を動かすメディアであることはたしかで、しかも年中行事性が、ささやかなエクスタシー・カタルシスを保証してくれる。つまり、大きくいうと「祭」の文脈・系譜に属するメディアである。そして、「祭」にしろ贈与にしろ、それが社会的に大規模現象化する条件をもっていると、今日、必ずマスメディアが介在してゆく。いずれもメディアであるという点で、両者は融合しやすい。どう融合しているか。ぼくらは、すでにその融合が社会現象化している事例をもっている。スポーツイベントがいかに「祭」化しているか、「祭」化にマスメディアがどう寄与しているか、スポーツ選手がいかに偶像化しているか、する・みるのスポーツ享受がいかに共同社会の形成にあずかっているか（スポーツ選手に集まる膨大なバレンタインチョコが施設に寄贈される、一皮むけば偽善でしかない行為の美談化。めでたしめでたし）——これは周知の事実だろう。コンサートやイベントの「祭」化・メディア化も同様である。どう「祭」化しメディア化しているか。今ぼくがここでやったように、読者も描写を試みてほしい。

「もの」は、そのもの自体によってでなく、「メディア化」することによって、社会的な機能を獲得する。もちろん、もの自体として意味をもっているものもある（たとえば食物、これとてもよくよく吟味してみると、あやしいのだが）。しかし、ほとんどの「もの」はメディアとなって初めて役割を演じる。これは、当事者がほかならぬ人間であるからなのだ。いうまでもないが、この場合の人間とは「メディア人間」のことである。

さらに付け加えると、60年代に衰微しきっていた東京下町の「祭」は、社会現象をイベント化して消費するという消費社会が形成され始めたことを背景にして、マスメディアと連携することによって、復活した。そして今イベント化した「祭」には、マスメディアが含まれるのが常になった。地方の由緒のある神社・寺院が「名所」化し観光地化したのは、イベント化と同一の文脈にあり、マスメディアの働きが重要な要因として含まれている。この「祭」・行事・イベントはまた、メディアの内部にしかない「祭」（『24時間テレビ』から「お笑いトーク番組」まで）と同一のカテゴリーに属している。バレンタインの時のある種の「お祭り」的雰囲気を含めて、これらはいずれも「メディア空間」である。『24時間テレビ』だと、その空間は多分にヴァーチャルである。直接的・間接的ということば

化された、あるいはシステムに含まれている人間的・社会的関係は相対的に安定的であるけれど、日常的・生活的な性格の強い関係は相対的に不安定である。関係を維持することがのぞましい、あるいは維持への期待が強い場合、贈答がその手段になる。西欧社会の場合、プレゼントは贈るものの贈られるものへの「好意」の象徴である。目的は「好意」の伝達。これに対して、たとえばこの国における歳暮・中元の贈与は、両者の既存の関係の安定・維持が目的であり、贈与の中身は両者の現在の社会関係（権力関係）によって決定される。この贈与のありかたは、祝儀・不祝儀一般の贈与にも共通している。結婚の際の祝儀の金額、葬い・法事の際の香奠・仏前等の金額は精妙を極める。過大も過少も当事者の関係に影響を与え、場合によっては関係そのものを崩してしまうから。いうまでもなく、金額は気前がいいとか、ケチとか、そういうことを意味しない。逆のいいかたをすると、関係を変えたかったら（断絶させたかったから）、多くても少なくてもいい、たとえば法外のお金を贈ればいいのである。

贈与のこの種の文化的メカニズムが強く支配的である東洋社会は、したがって贈与社会という名称もあてはまる。資本主義／社会主義、前近代／近代等々の社会体制とは無関係に（まったく無関係ではないが）、贈与が意味をもっている。つまり贈与が社会関係に一定の影響を与えるというメカニズムが、広い意味の経済的利害の誘導に利用される。西欧的・近代的倫理感からすれば、これは「悪」であり「犯罪」である。たてまえとしての近代的法システムが作動して、贈与をめぐる行為が罰せられることもしばしばであるが、当事者に倫理への抵触・犯罪の自覚がない。要するにやましきなどほとんど感じていない。贈収賄を非難する反対党もマスコミも個人も、本当は贈答社会にすっぽりはまり込んでいるのだから。

ともあれ、贈与は、西欧・東洋の差こそあれ、あるいは文化圏によって意義に微妙な差はあれ、人間的・社会的関係の安定・維持、場合によっては変化に寄与している。その中身が意味をもつこともあるが、その意味を含めて、贈与とは象徴物のやりとりであって、現実社会で現実的な意義（お金をもらって助かった、食物をもらって飢えをしのいだ）をもっていない。したがってこの象徴物はメディアであり、メディアとして規約的な意味を担っているから、関係のための媒介物たりうるわけである。と同時に、贈与は、年中行事と密接に結びついているので、生活の節目をつくり、生活にメリハリを与え、生活を活性化し、多くの人々にとって生活の中の喜びでもある。

を超えた「もの」と自分との秘めやかな関係を幻視させてくれる、その「幻想」を共有している実感を与えてくれる、そしてある種のエクスタシイを、カタルシスを与えてくれる——という点で。そして、あらためていうまでもなく、タレント、コンサート（会場）、役者、芝居、劇場、イベント、空間も、そして映画もテレビもいずれもメディアである。「祭」的状况を、ひととのかかわりを求めているムキには、「祭」は特にすぐれてメディアである。

「非お祭り人間」は、「祭」的な意味の密度、関係の濃密を好まない。どんな時代にも孤独を好む人間はある。しかし、その好む孤独な状態とは、なにもない、比喩的にいうと「真空」の空間では決してない。そこに他者は存在しないかもしれないが、彼（女）にとって意味のある「もの」が存在する。いや充滿している。今時の孤独・孤立を好む人間、他者とのかわりを最少限にしようとしている人たちが好む「空間」を想像してみればよい。そこには平均的状态を大きく上まわって、各種メディアが重層構造を作っているはずである。そしてそれらメディアに含まれる意味の密度は、これまた平均値を超えている。

「お祭り人間」がかかわるのもメディアであり、「非お祭り人間」もメディアとかかわる。それぞれのメディアの役割にもそんなに違いはない。違うのは、前者のメディアがどちらかというと人格的であるのに対して、後者のそれは相対的に非人格的という点だけだろう。これはおそらく、決定的な違いではない。いずれにしろ、両方とも相当にすぐれて「メディア人間」なのだから。

「人と象徴物（別名メディア）との関係」というふうにパラダイム構成をし、この項で主題としている問題を眺めなおしてみても、直ちに連想できるのが「贈与」の問題である。贈与は、文化人類学者の興味・関心をそそってやまない文化的行為であるらしい。おそらく贈与において、経済的交換行為と象徴物の交換行為とが一体になっているからであろう。少なくとも未開の状態にある共同体とその構成メンバーにとって、贈与は共同体の持続と個体の生存・次世代の再生産に不可欠の行為であった。贈与は、今日においても、共同社会の存続・活動の持続にとって重要な役割を演じている。経済行為と象徴物交換行為の未分化な、いや意識的に分化させない東洋社会において特にそうである。

贈与は、権力関係の維持にもかかわる。ここでいう権力関係とは、すべての人間的・社会的関係を意味している。けだし、あらゆる人間的・社会的関係において、常になんらか「力」が作用していて、いずれも「力の関係」を多量に含んでいるからである。⁽¹⁾ システム

上旬にかけて、ほとんど毎日、どこかで「村祭」である。「祭」には近在の親類・縁者が招かれるから、一ヶ月足らずの間その地域は、いうならば「村をあげて」「祭」に終始する。まあ、少し前までの農村地域（だけではなかったのだが）での、秋の「大イベント」であった。

この「祭」の時、人々の生活のスタイルが、ほとんど一年間まったくワンパターンで反復される日常性から、大きく偏る。誰々のかよくわからない縁者が集まり、日常の食習慣とは異なる惣菜が用意され、農作業から解放され、それとは別の秩序に属する行動様式（老若男女を含めて）が出現し、境内は日頃まったく隔離されている若い男女の接触の場となり、日常の規範が反転し、アナキーな性的状況も出現する。「祭の私生児」が相当にあったはずであるが、そういうものとして扱われていないところをみると、この場合だけの「特例」で処理されたにちがいない。こうしたことがらを全部含めて、「祭」は日常的には潜在していた「ひとひとのかかわり」を顕在化させ、それを確認し強化する役割も果たしていた。いや、今日、宗教的にはほとんど形骸化してしまった「村祭」、イベント化した東京の下町の「祭」、地方の観光資源化してしまったちょっと著名な「祭」が果たしている役割、あるいは「祭」の主催者たちが期待していること、そのひとつとして確実に含まれているのは、各種・各パターンのひとひとのかかわりの「創造」であり、その確認である。つまり「祭」は、意味を含むメディアであると同時に、ひとひととを媒介するメディアでもある。

今でもそうだが、「祭」が年中行事として相当に重い意義をもっていた戦前・戦中には特に目立っていたが、なんて表現すればいいか、いうならば「お祭り人間」がいた。「祭」になると、異常にノッて、「祭」を仕切り、「祭」の雰囲気盛り上げ、「祭」を構成するどんな小さなイベントにも顔を出し、近在から集まった未知の人々と旧知のごとく親近し、要するに「祭」を十二分に享受する。もちろん、近隣の「祭」には縁があるかぎり必ず参加する。彼らは「祭」にかかわるもろもろに異様にくわしい「祭マニア」であり、今のことばでいえば「祭オタク」であり、「祭フリーク」でもあった。いうまでもないが「非お祭り人間」というのがまた必ずいて、「祭」になると急に影が薄くなる。要するに誰でもが「祭」を好きであったわけではない。とみてくると、かつての「祭」に近い役割を果たしているのが、アイドルのコンサートであり、人気の役者の出ているお芝居であり、人気者が登場するイベントである。映画やテレビドラマにもほんの少しではあるが、「祭」的などころがある。いずれも「祭」として一緒である。右の「祭」的ないろいろはなにか人間

も明らかなように、人間一般の行為の大半は実はメディア行動であり、それも伝達よりも表出を目的とした行為である。これと対するに非常に小さい割合で、伝達のためのメディア行動があることは否定しない。人が環境に適応してゆく際に、なんらかの社会的実用・必要情報が役に立つ、あるいはそれなしに適応不可能だからである。極端ないいかたになるが、ある状況である情報が欠けていることは死を意味したからである。大昔ほどそうだった。死とはシリアスな状況である。しかし、それを回避するために、人はコミュニケーションをするようになった——わけでは、どうやらないらしいのである。もう一言付け加えると、人とメディアの関係には、近代的可能性が考えるほどに、利用主体——目的——手段といった論理が貫められているわけではない、ということである。

六 メディアとしての祭・贈与

各地には依然として奇習を伴った「祭」が残っている。山車と神輿と舞（お神楽）はごく一般だけれど、これだって外部からみればしばしば相当に奇妙なシロモノである。問題はこうした奇妙・奇習に付与された「意味」である。神社には「縁起」があつて、神輿や舞の由来や意義が書かれている。由来や意義は、神輿や舞だけをいくらみていてもわからない。つまり、それらの形や様式や姿から論理必然的に意義が導き出されるようにはなっていない。意義を知りたかったら「縁起」にたよるしかない。時に古老が語ってくれることもある。したがって「縁起」はコード（解説装置）であり、かくして山車・神輿・舞はメディアである。いうまでもないが、「祭」（行事）も各集落に必ずある「お宮」とその境内も、住人にとってはすぐれてメディア的である。

なんのためのメディアか、は必ずしも明確ではない。境内から神楽・舞まで、いずれも神の依代であり、そこで豊作、安全、無病息災、安心立命を願い感謝し祈るのだ、という考えかたは、一般的で有力で、現にそう思い込んでいるムキも多い。依代は翻訳すれば medium (media) しかあるまい。東北のねぶたのあの異様にグロテスクで過剰な造形も、依代ということで許される。この国の伝統的な神々の中には、いうならば相当に「ワルイ神」もいる。荒らぶる彼らを鎮めるためには、ねぶたの過激も必要なのである。伝統的な「祭」の意義の中核にあるのはこの種のものであろう。

〇〇県××郡ぐらゐに限定すると、各村落・集落の「祭」は、たとえば秋の収穫期に集中している。だいたい九月の下旬から十月の

用性も必要も皆無であって、コミュニケーションそのものを、したがって換言すればメディアそのものを愉しんでいる（だけ）。電車という公共的な空間の中で、眼にみえないバリアをはりめぐらせて自分を包み込み、その中でひとりメディアと戯れている——といういかたが、この状況に一番ふさわしい。「自我とメディアの戯れ」であるとすれば、これは非常に広い意味の自己表出といえよう。

彼らのテレビをみる行為、雑誌を読む（みる？）行為、音楽を聴く行為、カラオケをする行為、ディズニールンドを愉しむ行為等々に、右に書いたような主旨が共通している。つまり、いずれも相当に高い強度で「メディアと戯れる」表出行動なのである。

「メディアとの戯れ」は、彼らがインターネットやEメールやチャットを始めた時、さらに顕著になる。いずれも相手がいて、その相手とのコミュニケーションが行なわれているようにみえている。その相手や相手との関係が意識されていないわけではおそらくないが、彼らの直接の興味・関心は、パソコンもしくはインターネットというシステム、つまりはメディアに向けられていて、行為の対象は直接にはそのメディアであり、彼らがみているのはディスプレイされたものであって必ずしもその発信者ではない。彼らが、直接会ったり、面と向ったり、一対一に対面したりのコミュニケーションより、この「間接的」なコミュニケーションをより好むのは、「メディアとの戯れ」が自立した愉しみの状態を可能にしてくれるからである。「戯れている」わけだから、相手となにかを伝達し合うことなど、二義的か、場合によってはまったく意識されないか。そして、この「戯れ」の窮極の状態が彼らの最も好むゲームで実現する。

この世代の女性たちの最大の関心のひとつがダイエットである。ダイエット・拒食、そして巨食に過食、これらに対する女性たちの関心・熱心・執着、要する「ハマッてしまった状態」は、第三者のなまはんかの理解を超えている。理解できない理由のひとつは、その「こだわりの行動」の目標・目的がいつこうに定かではない点にある。第三者からみえるものは、ある意味での過程だけ。ところが目的が定義できていないから、過程の意味もあやふやになってくる。なんの根拠があってどんな目的のためにやってるのか、まったくわからない、理解できない。しかし、これにパラダイム変換を加えて、なんらかの「メディアと戯れる」行為であり、体重〇キロ減少という自分への表出行為であるとする、にわかに理解可能になる。

結局、この世代の日常生活時間の大半が、こうした広義の象徴行動というか、メディアを含む表出行為というか、いっそ簡略化してメディア行動というか、そういうものに当てられている。おそらく、若い世代だけではないだろう。大昔の話がそうであったことから

右に書いたのは、あくまでもひとつの事例である。共同社会での日常性がすでにあるとすれば、生活の間には相当に拡がっていたはずである。生活のひとつひとつの局面で、個体の自己表出的行動（欲求・欲望の充足でもある）があり、その行動の様式化があり、行動のメディア化があり、その結果広い意味の価値や規範の共有が実現ししつあったと想定できる。共同体内部でメディアが共有されている状態が続けば、当然の成り行きとして、メディア利用のコードが安定に向かう。その結果、メディアが効率のいい伝達の手段であることがわかり、積極的に利用され始める。意図と結果（効果）の一致度の高い、ことばの厳格な意味でのコミュニケーションは、ここから始まった。コミュニケーションの本格化が、メディア体系の中心にあったことばの、コードの安定化のための、したがってコミュニケーションがより効率的になるための分節化、規約化、パラダイム・シンタクスの厳格化等々を促した。

以上が、大昔に起ったであろう事実経過の想定構図である。「メディアの基本機能は伝達である」というもうひとつの命題を前提にすると、もうひとつと違った構図が描けるはずである。そういう構図がありうることを十分に意識した上での、この構図である。この構図は、メディアが始まった大昔にのみ属するものではない。現代文化の尖端というか、いや最も現代っぽい日常のド真中というか、そこで生きている平均的生活者の生活行動にも、この構図はほぼあてはまる。

前著を含めて再三言及していることだけれど、ここ二十年ほどの、特に若い世代の生活空間は、そっくりそのままメディア空間であり、コミュニケーション空間であるという過言ではない。なにしろ「メディア人間」なのだから。問題は、そのほかならぬ彼らにとつてメディアとはなにか。

公共の乗りものの中では、携帯電話は差控えることになっている。JRなどでは相当にしつこく遠慮するよう呼びかけている。しかしJRに十分も乗っていれば、何回か呼び出し音を聞かされる。ぼくのところ、三割ほどの人が呼び出し音をきるか、ひとこととわりのメッセージをいうか、下車するか、している。しかし、大方はそこで「電話」を始める。傍で聞いているかぎり、ここでもうしても話さねばならぬことがあるというせっぱつまった場合はごく少ない。「なにか」についてことばの正しい意味でコミュニケーションしているのではなく、コミュニケーションをしているという状況を享受しているだけ。中身はない。しかし、眼にみえない「コミュニケーションの世界」ができあがり、当人はその世界に今いることを享受している、愉しんでいる。このコミュニケーションには、実

猿たちにとって、身のまわりで生起している有意の事実についての情報の伝達、個体の感情・意思の伝達の前に、喜怒哀楽の表現、危険に直面した個体の可視的な反応・群の中の自分を自覚しそれを顕示する行為等があった、とばくは推定している。⁽⁹⁾ 以下は同様の推定による描写である。つまり類人猿にみられる自己表出の行為（そこにはなんらかのメディアが必ず介在している）を受け継ぎ、長期間に及ぶ進化に併行させてそれを彫琢し、より微妙・複雑・高度の自己表出を実行し始めた。そしてある時、その表出行為が、あるいは表出行為の実質であるメディアが、結果として「なにものかを伝達しうる」ことを知り、自己表出と伝達が機能的に結合した。ちょうど同一の新聞に自己目的の情報と実用情報が自然に併存しているように。

猿でも類人猿でも、血縁関係にある個体つまりは「身内」を失った時に、哀惜（人間のことばなのだが）と表現される内的状態を明かに表出している。その状態の持続時間は類人猿ほど長い。進化の過程にあったヒトの場合は、さらに持続時間は長くなり、哀惜の情も、より複雑微妙に、より深くなり、日常の時間の中で処理しきれなくなって、「葬」という営みが発生する。哀惜の情はすでに表情・態度に出ていて可視的であった（表情・態度はメディア以外のなものでもない）。「葬」とは、その表情・態度という消滅してしまうもの（そういうメディアだ）に対して、持続する形をつくって哀惜のよすが（メディア）とする行為全体を含む。死して後も「形」が残るという認識が、今いる「この世界」の「外部」にある世界への想^{イマジネーション}像を促し、この認識と想像から、極めてプリミティブではあろうが、宗教意識が形成される。こうして作られた宗教は例外なしにさまざまな象徴物を体系化し始める。「体系化された象徴物」の別名は、「メディア」である。そのメディアが駆使されることによって、個人的な哀惜の情の表出、哀惜や悲哀感の処理（「喪」）等々が、共同社会の成員に共有されるようになる。⁽¹⁰⁾

表情・態度から、宗教という名のメディアの形成、感情の共有、葬と喪の共同体的共有にまでいたる過程（論理的に類推された過程であるが）で、あらためてメディアがどんな役割を果たしたか。ただちにいえることは、メディアはすぐれて自己表出的に働いていて、意識的に伝達に使われているわけではない。そしてメディアによる自己表出の蓄積から、感情や情緒やあるいは葬や喪の内実（意味以外のなものでもない）の共有が始まる。この場合、意識的な伝達の結果としての共有、といういいかたは必ずしも正しくはないと思う。

だから、どっちが先かというのがまずひとつ、次に先に出現したほうが根源的なのかどうか。この問題は、「言語労働起源説」と「遊戲起源説」との対立、「伝達の記号論」と「表現の記号論」の対立等と通底している。さらにこの問題は、人間観・社会観・歴史観・世界観を構成する際の基底命題ともつながっている。

がここでは、何回か書いたように例の公理の両義性・相補性の問題だから、「どっちが先か」という判断はしない。それに伝達が先か、それとも表出が先だったかの議論は、メディアと人間の関係の生態描写にとって必要不可欠の前提ではないだろう。しかし、社会的機能としてのジャーナリズムの安定的かつ理論的定義、そのジャーナリズムをよりよく担うメディア・最適メディアはなにか、という問題にとっては、一応ケリをつけておくべき議論であろう。が、論理的に類推できる答はやはりふたつ。つまりは、今書いた記号・言語・コミュニケーションに関する社会・文化理論の両義性・相補性と同一の文脈に属してしまう。別稿では、「コミュニケーションⅡ人間現象にとって、両義性・相補性にはポジティブな意味があるという立場をとった。したがって、「言語労働起源説」と「遊戲起源説」が同程度の真理性をもつとして話をすすめている。このふたつを証明不要の公理とみなしてしまえ、ということでもある。「ユークリッドの公理系」にだって論理的な曖昧があるのだから、いいではないか。ぼくはこういいういかたが科学的に厳密性を欠いているとは思わない。それになにしる、ぼくのここでの課題は、最広義のメディア、その人間―文化―社会像を、出来たら細大もらず描出し、描かれた像^{イメージ}を説明することなのだから。

議論は前後しているのだけれど、本稿ですでに、その像^{イメージ}のいくつかの側面の描出を試みている。それらはあくまでも、今日におけるメディアのつくる文明的・文化的状況の一端である。この項でもまた、もうひとつの一端を書き加えたい。

右に書いたとおり「メディアはどう始まったか」については、ふたつの相当にたしからしい説がある。「生きてゆくためにへもの」を獲得しなければならない、しかも協同して。その時、人間は〈なにか〉を話さねばならなかった」という説の真理性というか、説得力というか、それを十分に評価しているつもりだ。変ないいかただけけれど、「後髪をひかれる思いで」ぼくとしては、「遊戲起源説」「自己表出起源説」をとる。もちろん、基本的・論理的前提となる公理系の両義性・相補性の積極的な意味を十分に重視した上で。

さて、人類は、類人猿から、ゆるやかに長い時間をかけて、いくつかの段階をへて、現在の人類にまで進化した、と思われる。類人

己表出のために（声を出したいという欲求のために）、環境にあるさまざまな音をただ真似したために、メディアは出現した。そのメディアが、気持や意思や情報や知識の伝達のために利用可能であることの発見、この発見の意義が大きかった。おそらくこの発見から、類人猿を超えた文化的・文明的生物としての人間の、それこそ文化的な進化が始まったと推定できる。つまり、いわゆる社会的、必要情報の交換・伝達は、メディア出現の後から始まった。もちろん、後から始まったから重要でないというわけではない。ないどころか、直後に始まる文明的・文化的発展にとって、情報や知識やコードの共有は不可欠だったはずである。そしてまた、この社会的・実用的必要情報・知識の伝達・交換・共有を媒介し促したのが、広義のメディアであった。

明確に定義された人間理性に、あくまでも歴史的存在としての理性に、ある意味で特権を与える、すべてヨキものはこの理性の働きから流出すると考える、あるいは理性から流出するもののみをヨシとする近代が、社会的・実用的必要情報を重視したのは当然である。したがってその情報・知識を扱うのがメディアの主要な役割となる。こういう文脈でメディア特性をとらえ、メディアの現実を評価する議論があっておかしくないだろう。ぼくらはまだ近代の住人である。まだジャーナリズムの役割が残っている時代にいる。しかし、ジャーナリズムは、メディアの一機能にすぎないのは事実であって、未来永劫にわたってジャーナリズムがメディアの一義的な機能だとはいえない。なにしろ、メディアの原初の機能は、必ずしも情報の伝達・交換ではなかったのだから。

五 メディア行動の自己表出性

人がメディア的なものを使った最初の目的は、「伝達」ではなかったんじゃないか、と書いた。いうまでもないが、「伝達」であったかもしれない。今、ぼくらに出来ることは、只今現在の人とメディアの複雑多様な関係を論理的に整理し、メディアの機能の階層構造を論理的に記述し、重要度の「序列」を作り、これをもとにして、メディアの原初とその進化を論理的に類推することである。メディアをどう使い始めたか、は数百万年前の話であり、メディアの始源を「科学的」に確定できるデータは残されていない。したがって論理的に類推するしかないのだが、純粋に論理的に類推しても、答はふたつになる。つまり、「伝える必要があってメディアが作られた」という命題と、「メディアの最初の役割は広義の自己表出だった」という命題と。メディア機能がこれらふたつを含んでいるのは事実

義的である。換言すれば、すぐに役に立つ、実用的な意味をもっている。ピューリタンのかつ儒教的近代社会に固有の倫理は、このすぐに役に立つ情報・知識（意味）に健全・健康・正常・正当といった価値を与え、意味が曖昧で、しばしば発散・浮遊している状態を否定的にみてきた。狭義の文化享受が、こうした意味の曖昧さや無意味さと戯れることにほかならないとわかって来て、社会的に流通している意味の不安定化・発散が許容されるようになり、人々が安定した意味を性急には求めなくなり、おそらく少なくともその分、近代メディアにおけるジャーナリズム性（機能）が稀薄になった。

とはいえ、人々の日常性が小さな意思決定の連続から成っているのは、相変わらずである。ぼくらは、外界との関係でなにかを決める場合、記憶されている知識・経験によることが多い。しかしその際、外界からのいっさいの刺戟が与えられていないということはまずない。出がけに傘を持参するかどうかを決める場合、新聞・テレビ等のメディアからの気象情報か、みずからの眼で確認した天候の状況によって判断する。これらは外側から入ってきた情報である。この種の情報というのは、新聞等のメディアが与えてくれた情報か、雲や大気の状態という情報もしくは状態から読みとられた意味を唯一含む情報である。ここで、なにがメディアで、どこからが情報で、どれが意味か、は必ずしも明確ではない。しかし、そこにメディア的なものがあり、形態としての情報があり、役に立つ意味があることは否定できない。この文脈からするかぎり、いわゆるメディアの気象情報と、自分の眼でみた空の様子とは、相同である。両者を論理的カテゴリーとして区別するものはない。つまり、メディアが提示する状況と、肉眼にうつる景観とは、メディアという点で一緒である。そういうメディアとして、両者はともに人に実用的な情報、必要情報を与えてくれる。

例として気候とそれに関する小さな意思決定の話あげたけれど、一事が万事である。天下の一大事に関しての、人々の情報の必要と利用、そして意思決定の事情も、天気の場合と違わない。逆にいうと、メディアという概念を最大限に拡張し、含みうるものをすべて含めたメディア群、そのメディア群に属するメディアがいずれも、人々に実用情報・必要情報を与えてくれる、とみなしていい。メディアには必ず、そういう働きがある。

とはいえこの項の最初に書いたように、必要なことを伝えるためにメディアが創られたわけではない。なにかを伝えたいという強い欲求があってメディアが生まれたのではない。別な目的のために作られた可能性のほうが大きい。遊びのために、気晴しのために、自

求・需要をもっているという命題がある。「知る権利」、これは単に自己目的化した権利などではなく、近代社会で適応的に生存を続けるためには一定の情報・知識が不可欠で、その情報・知識を確保するための権利である。その意味で「基本的人権」に属する。これが「人権」といわれ、「基本的人権」といわれる所以は、この権利を犯す力が常に作用し続けていたからである。だから闘争せざるをえなかった。

19世紀以来の新聞・出版、20世紀になっての各種電波メディアは、まがりなりにもこの闘争に参加した。この二百年を眺めると、知る権利は少しずつ拡大され、提供される情報・知識は、質的にも量的にも、拡大し増加した。いうまでもないが、権利を主張する側の目的的闘争があり、その闘争が勝利して、その目的にかなう情報の公開・提示が実現する場合もあったけれど、世態風俗の歴史的な変遷が、結果として、ある情報・知識を公開状態にしてしまったこともある。実際は、この後者のほうが多かったにちがいない。まあ、こんなこともあり、ますますもって新聞やテレビの社会的役割の中心は、必要情報の提示にあるとする立場が強調され、メディアに関する理論の中核的命題になった。新聞・テレビは、たしかにマスコミではあるけれど、社会的な公器とみるかぎりよりジャーナリズムの機関であるべきで、となれば必要情報の提示こそその主要な機能である——というのは理屈にあった話ではある。

新聞を初めとする近代メディアが、必要情報の提供を唯一の目的として発達してきたわけではないが、この必要情報の提供は、これらメディアに最も適合的であったといえないこともない。話しことばはともかく、書きことば・印刷された文字は、情報内容の安定性と意味の収斂にとって最もすぐれたメディアであったから。あるいは事実の再現性という点で、テレビ映像メディアは最も有効だったから。したがって近代メディアの主要機能がジャーナリズムにあるのは、この文脈では大変に常識的なことであった。

少し前のところで、人が求める意味の拡がりについて書いた。必要情報は、娯楽情報から自己目的的情報までのもつさまざまな意味のうち、最も把握しやすい、あるいは最も感知しやすい意味をもっている。だから必要情報は一義的実用的意味のみをもつともいえる。選挙の際にどの党のどの人物に投票すべきかの意思決定に役立つ情報、仕事を続けて行く上で最少限必要な知識、生活環境の中で起っていて構成メンバーの生活行動になんらかの関連のある出来事についての情報、大小さまざまな日常生活の中での意思決定にとって（雨が降るのか降らないのか）必要な情報等々が必要情報であり、それぞれが必要とする人にとってもつ意味は、極めて明確でかつ一

読みとる)意味、為替相場の現在を表現している数字(情報)の意味、気象情報の意味、シリアスなドキュメンタリー映像(たとえばHIVを扱った番組)の意味、現代風俗の尖端を描いているテレビドラマの意味、流行歌のCDのもつ意味、話題の映画にまといっている意味、ほとんどナンセンスな(だから笑える)お笑いバラエティ番組から読みとられる意味、あるいはその結果としてもつ意味、ある女性の化粧に本人が与えている意味・第三者が見出す意味、ダイエットに「成功」した姿態に本人が感ずる意味、第三者がそこにみる意味等々。人にとっての意味のありようを類別して書き分けだしたら、おそらくキリがない。今頃は途中でやめてしまったけれど、頭の中には、少なくともこの倍ぐらいの「意味の形」があった。キリがないから書かないだけの話だ。もちろん、すべての形の意味を書き並べることに意義がないとはいわない。人間はどんな「意味」を「摂食」しているか、「人間論」には欠かせない問題だとは思ふ。がここでやっているのはメディア論⁽⁸⁾だ。

さて話を本筋にもどそう。ジャーナリズムやマスコミュニケーションの社会的機能として「人々にとって必要な情報を提示・提供すること」というのがある。たしかに、この数百年における世界的規模での、主として政治形態と経済構造の、人々の社会的たたずまいの近代化にとって、こうした必要情報の提供が(必ずしも完璧な形での提供ではなかったにしろ)、以前の状態と比べれば格段に安価・公平になったこと、これが前提にある。情報への接触の容易・公平は決して近代化の結果ではない。それなしに近代化はありえなかった、ということ。その文脈の上で今日、行政機構内部にある情報の公開が求められ、少しづつではあるが公開について制度的・法的措置が進んでいる。現代社会あるいは近代社会の存立と持続にとって、徹底した情報の公開が不可欠なのだという判断が一般的である。この情報公開、実は今に始まったことではない。「よらしむべし、知らしむべからず」は封建的な体制、独裁的な体制にとっては必要な情報政策であった。近代化とともに出現した「近代型新聞」は、いうならば統治権力に対して情報公開を要求した原初形態であった。公開を不利益とみなす権力と、情報接触を権利とみる新聞との、言論の自由をめぐる闘争は、18世紀に本格化し、今日まで続いている。といって過言でない。情報公開定着化は、その闘争の現在における到達点である。こういう歴史があるわけだから、新聞・ラジオ・雑誌・テレビの社会的機能(役割)の中で、社会的必要情報の提示・提示が重視されて当然である。

この考えかたの前提には、近代社会を主体的に構成している「市民」、あるいは「近代的自我」は、その必要情報に対する正当な欲

四 ジャーナリズムとしてのメディア

あるメディアを、あるいはある意味をのがれて行った先にも、メディア空間があり、意味があり（そこで人は不可避免的に意味を読みとってしまう）なのだから、人が社会的に生きる空間には常にメディアがある、とせざるをえない。メディアは遍く存在している。だから見方をかえていえば、メディアはこっちの都合でいつも利用可能なのである。

「なにか」を伝えたくて、「なにか」を表現したくて、人はメディアを作り開発し進歩・発展させたと通常ばかりは考え、たとえばばくも今までそう書いてきた。しかし、これは、証明不要の公理的命題なのかどうか、少なくとも自明とはいえないのではないか。つまり、明確な目的もなくいつかどこかで偶然に作られたメディアがすでにあって、たまたまなんらかの目的的行為がそれを利用した、ということもあったのではないか。そしてこれからもありうる。早い話が、ついてなくてもそこにあるだけで心理的に安定するテレビ受像機は、そのために作られたなんてことはまずありえない。テレビが日常生活空間のごく普通の構成要因になるという事実が前にあって、心理的安定装置となった。

つまり、こういうことだ。テレビ接触が、日常的に、習慣的に、対価もコストも僅少で、非常に容易になった、テレビがそういうメディアになって初めて、情報伝達のメディアとして社会的に有用になった。新聞も、情報を必要としている人たちに、安価に平等に、低い「社会的コスト」でとどくようになって、情報伝達のメディアとして完成した。テレビだって、ラジオだって、新聞だって、最初から情報伝達のために創造され、利用され始めたのではなかった——のではあるまいか。⁽¹⁾

さて、人は意味を求める動物である。テレビドラマをみる。そのみる（見る、観る、凝視する）態度・姿勢・スタイルはさまざまであっても、そこには常になんらかの意味がある、意味が発生している、意味が創出されている。「オフの状態にあるテレビ受像機もメッセージを発信している」というマクルーハンの命題は、その状態で受像機が意味をもっていること、もしくは人はそこになんらか意味を読みとっていること、を意味している。だから意味を求める欲求は充足されている。

ところで、この「求められている意味」であるが、このことばにも間口の幅と奥行の深さが実はある。ついてない受像機の出す（に

このことはまた、部屋のテレビが、オンの状態かオフの状態かに限定されない。テレビがオンで、選択した番組が映っていて、当人はテレビの前に座っている状態でもそうである。なんとすれば、番組を実際に視る状態、眼に映像が映じているだけの状態、テレビから眼をそらしているが音だけは耳にとどいている状態、映像も音も受け容れてない状態等々が不断に交替しているはずだからである。どうやら、視る／視ない、読む／読まない、聴く／聴かないという二項対立で考えるだけでは不十分、さまざまに視る形態・読む形態・聴く形態を、範疇的に、パラダイム的に峻別して考える必要があるようだ。が、話がこれですまないのが、メディア（＝文化）のややこしいところである。話をわかりやすくするために、もう一度、伯夷・叔齊の話にもどす。二人のこのすぐれて政治的な人間にとって、「周の支配」という状態は、強烈で限定された「意味」で充たされていた。その意味がどういう内容のものであったかを考えると、「周が支配している」というメディア的状况があつて、それが意味を担っていた、ということになるだろう。この意味を拒否した両者は、首陽の山奥という空間（メディア）を選び、他を顧みず「わらび」だけを食した。「わらび（を食する）」は、周の政治的倫理という意味を拒否する象徴的行為であり、それ自体が強く意味を帯びていた。主観的に帯びさせていた。人がメディアとともにあるとは、一方でたしかにメッセージ・意味が問題にならない場合もあるけれど、他方強くメディアを求めると同時に、それが担う意味をも求め、取得したその意味によって心理的・精神的に安定する場合もある。ことわっておかねばならないのだが、「意味が充満した」「意味で満たされた」というふうないかたをしたけれど、社会的空間、あるいはメディアはア・プリアリに意味を含んでいる、担っているかという、これは必ずしもそうではない。意味を含んでいるから意味が読みとれる、といういいかたもできるけれど、そこに意味を読みとるのは人のほうであつて、意味はア・ポステリオリに与えられたもの、人によってそこで創造されるもの、といういいかたもできる。どちらが正しいか、を決定する証拠・根拠はない。論理的にはまったく対立をしているけれど、両方正しいというしかないのかもしれない。⁽⁶⁾ 仮に後のほうの見解をとると、意味は人とメディアの接触の瞬間、そこに生ずる。あるいはメディアと人の相互作用が生み出す、ということになる。これもまた、人とメディアのかかわりの一側面ではあるだろう。

がない。人は「意味」とメディアなしに生きられない！ いや、メディアからののがれきれない！ だとすれば、ぼくらはメディアを内的に繰り込んだ生活世界に住む（を作る）しかない。いうまでもないが、わずかの例外を除いて（？）ほとんどがメディアとともにあることをヨシとし、かつまたメディアなしに生きられなくなっている。メディア接触は習慣化している。習慣化することによって、一方で先述のごとく、愉しみ・時間つぶしに利用しながら、他方では心理的安定装置としてともにある。⁽⁵⁾

ひとりごとは、心理的な安定作用をしているのであって、「なにが」語られているかは問題ではないといわれている。話す行為＝メディア自体が自己目的化しているから、当然、コミュニケーションする相手の存在や、相手が誰であるかも問題にならない。ことの性質・意味・構造はまったく等しいのだが、深夜の長電話がある。携帯ツール（メディアだー）が常態になり、高額料金支払が自己負担になって、若者のCD購入が減少したといわれているけれど、深夜の電話は相変わらず。この深夜長電話に関して興味深いエピソードのひとつは、話すべきことがなくなっても電話を切らない（切れない）、入浴の間も回線オンの状態にしておく。どうしても切れない、というのだ。電話（回線）もまた、明らかにメディアである。オンであるとは、メディアが生きている状態。メディアは常に生きていなければならない。心と精神の安定装置なのだから。したがってメディア上でメッセージが交換されていること、メディア上にメッセージがあることは、あくまでも第二義的ではない。

もうひとつ例をあげる。名実ともに「個室はメディアである」となってから、もう四半世紀、部屋を単なる物理空間でしかなく思っているものなどもういない。この文脈の上で、テレビ受像機はメディアである。スイッチオフの状態でもメディアである（「メディアはメッセージ」ということである）。人が生活の中である時間・ある状態をとる時、そこにたとえばテレビ受像機がなければいけない。受像機だけで十分に安定する。したがって、どんなメッセージ＝情報が表示されているか、なにを伝えているかは、これまた第二義的である。「メディアと共生」「メディアとともにある」とはこういうことである。メディアをまわっているといってもいい。メディアという大気の中で棲息しているといってもいい。「安定装置」とはそういうことでもある。その中で生きている以上、「大気の組成」は本来は問題なのかもしれないが、ぼくらは呼吸しながら空気の組成を意識することなどない。「メディア大気」の中の棲息も同様である。つまり、メディア上のメッセージやその意味は、差し当って問題にならない。

三 安定装置としてのメディア

前節で「メディアと接触していることの安心感」のことを書いた。心的に障害があるのかどうか、小学校の低学年の子どもに時々いるのだが、とりとめのないことをたえずしゃべり続けている、ひとりごとではないが、さりとて相手・第三者に語りかけているわけでもない、そういうコミュニケーションのスタイルが現にある。もちろん本当にひとりごとをいつている場合もある。ひとりごとをいつている様子は、傍からみるかぎり、あまり気持ちのいいものではないから、たとえば親が禁止することがある。あまりに強く禁じられると、子どもの精神状態が不安定になることがあるといわれている。深夜、個室にひとりでいる状態に耐えられないが、さりとて友人とともにいるのもうとうしい。そこで電話したり、Eメールやったり、パソコン通信したり、インターネットやったり、ダイヤルQ²・伝言ダイヤルで遊ぶ。こうすると確実に心理的に安定する、のだそう。故郷^{クニ}に帰って滞在が長く続くと不安になるが、東京にいればたちどころに不安が解消する、ほしいと思うメディアが手近かにあるからだ、という報告も聞いている。なにも話してなくても、〇〇との間に電話回線がオンになっていると安心だ、みていなくてもテレビをつけておく、満員電車で新聞・雑誌が読めないのは苦痛だ、そのためにウォークマンがあり、中吊り広告をみることもある、まったく音の途絶えた空間は耐えられない、どんな雑音でもあったほうがいい……等々、多少病的なケースもあったけれど、以上なんであれメディアとともにあることが心理的安定をもたらす実例の数々である。もちろん、人さまざま、メディアの騒音・狂騒に耐えがなくなつて「メディアのない世界」（なんてあるのかどうか）を憧憬するという話もある。しかし、圧倒的多数はメディアとともにあることを選び、メディアと共生して心が安定する。それにメディアをのがれた人が、本当に「メディアのない世界」にいったかどうか大変に疑わしい。実は、まったく別種の「メディアの世界」に住みついただけなのではあるまいか。伯夷・叔齊は周の支配を拒絶し、その「穀」を食うことを恥じ、首陽山に隠棲し、わらびだけを食べて餓死するわけだけれど、彼らの住んだ首陽山はおそらくは「意味」が、だけが、充滿していた。わらびだけを食したことが、そこに構造化された濃密な「意味」の世界があったことを物語っている。そしてその「意味」を担っていたもの（メディア）はなんであったのか、を考えれば、そこがまた「メディアの世界」であったことはまずは確実。世俗をのがれていった先も「メディアの世界」にかわり

「自然を愉しむ（お花見、もみじ狩り、景色を愉しむ等々）」行為で手に入れている。しかもこれらの行為のほとんどが習慣化し行事化している。そして趣味を構成する要因である「もの」、旅行の際の移動で眼前をうつろう風景、愉しみの対象としての自然の構成物の「もの」は、「おしゃべり」の時の記号・メディアに等しい（森羅万象が記号）。これらは、通常はメディアや記号とはみなされていない。しかし、人間という主体との関係だけでみるかぎり、これらと狭義のメディア・記号とを区別できない。90%以上メディア化している、とでもいえば一番正確かもしれない。

かくして、ぼくらの「生活世界」にはメディアが遍在している、いや充滿している。比喩的にいっているのだが、ちょっと「身体」を動かすとメディアにふれる。いや、メディアとふれているのが常態で、メディアと接している実感が乏しくなると、人は不安になる。これは、大昔の人も現代人もあまり変りはないようだ。である以上、メディア接触が時間つぶし・習慣になって当り前で、そうであればこそ、人はそれを愉しみの対象とする。メディア、メディア化したもの、これと戯れ、これを弄び、これを愉しみ、これとともに生活時間を過ごす——のは、人としてごく自然のことなのだ。もちろん、このメディアとの関係・結合が度を越したらどうなるか、もまた明らかであって、メディアに淫して生活・生命を、あるいは志を見失ってしまった実例など山程ある（玩物喪志）。他方、近代人が他者との接触の機会や場合を最少限にしようとしていると判断せざるをえない事実を数多く列挙できるのだけれど、社会的存在であることをやめてはいない。生活のさまざまな場面に社会関係が存在するし、ぼくらはしばしばその関係の創出と持続を要求される。いうまでもないが、関係は目的的な情報交換だけでは実現しない。とりとめのないおしゃべりが結構な役割を演じている。つまり、愉しみの「おしゃべり」は、公的な社会関係を機能化するという場面でも不可欠なのである。大仰な書きかたをしているが、公私ともおつきあいには、自己目的化した（愉しみのおしゃべり）会話が欠かせない、ということだ。愉しみの時間の多くは、私的時間ではあるが、その愉しみのスタイルは公的な時間・空間にも浸透している、ということでもある。もっとわかりやすくいうと、小学生が友だちから仲間はずれにされないために、ある特定のテレビ番組をみる、みていたら自分も番組を愉しんでいた、というようなことなのである。となると、ひとり小学生だけではないだろう。

ドラマ、美容院の女性誌・ファッション誌、環境に流れている音楽、テレビゲーム、パソコン通信、深夜の電話・メール等々、これらは人と記号・メディアとの接触であり、記号・メディアを相手としたコミュニケーション行動である。この行動はなんのためにあるのか、どうしてそうするのか、その役割は、その効果は——経験からして、ごく少数の例外はあるにしても、時間つぶしと小さな悦楽のためであることはたしかだ。今ここで今日的な愉しみのスタイルの数々を並べたててみたけれど、こうした類の「メディアとの戯れ」は人類史の出発点のところからあったはずである。

現在の極度に分節化され、高度に規格化され、豊かに洗練されたことば・言語をまだもっていないなかった大昔、乏しい言語的コミュニケーションをしながらも、発音による感情の表出とその相互諒解、人や動物や自然の音の擬声、音声や表情やしぐさや態度による共感・反撥等々は、十分に楽しいおしゃべりであったはずだ。それはまた、厳しい生存条件の下にありながらも、しばしば小さな余暇を愉しむ遊びでもあった。そしておそらく、この遊びにおいて大人より子どもが、男性より女性がより巧みであったことは、昔も今も変わらない。間をずっととばして現在、ぼくらは、一日のうちで睡眠と仕事（のある日、している場合）の時間を除くと、平均すればテレビの前にいる時間が一番多い。その時、ぼくらはテレビを相手に、あの大昔の人々と同様、一種の「おしゃべり」を愉しみ、時間つぶしを愉しんでいる。余暇の過しかたが多様化し、愉しみにふさわしいメディアが着実に増加し日常の生活空間の中に入ってきている現在でも、相対的にテレビが第一という状態は変っていない。人の日常の生活行動との結合の頻度・濃度・強度という点でテレビは話しことばとともに、他のメディアを大きく凌駕している。これほどのメディアはかつてなかった。テレビはもしかすると極めて特殊な、そして窮極のメディアなのかもしれない!⁽⁴⁾

ここまで日常生活と一体化すると、当然のことながらテレビ接触は習慣化する。テレビを愉しみ、テレビで遊び、テレビで時間つぶしをするのが生活習慣になってしまう。当人にしてみても、オモシロイからみているのか、ただただ習慣でみているのか、判然としなくなる。テレビに限らない。車内のスポーツ紙・夕刊紙・週刊誌・文庫本・ウォークマン（ついでに携帯も）、クルマの中のラジオ・テープ、サテン・酒場のおしゃべり、深夜の電話等にも、多分に愉しみであり時間つぶしであり習慣である。

さらに付け加えておかねばならないのは、これとほとんど同質の愉しみ・時間つぶしを、人は趣味といわれている行為や、旅行や

二 愉しみのメディア

さて、その人間のコミュニケーション行動・メディア接触の日常的・生活的生態描写である。記号（言語）を操作する能力をもってしまった人間にとって「森羅万象が記号である」という記号論の基本命題を、ぼくは証明不要の公理として前提にしている。これはなにも記号論に依らなくても、現実にはくらの生活している「世界」をちょっとみただけで明らかである。眼に映じ、耳に聴こえ、匂い、触れてくるものすべてを、意味をもって人の知覚にふれてくるものすべてを、手持ちの人為的なコードによって差異化し識別している。いや差異化し識別できる「もの」だけが、環境世界を構成している。コードによって差異化され識別された「もの」、この「もの」は記号以外のなものでもない。森羅万象が記号、ということになってなんの不思議もない。

いうまでもないが、記号の存在とその運動は広義の人間コミュニケーションとほぼ同義である。そして記号は単独では存在しえない。常に広義のメディアとともにある。いやメディアに依っていて、しばしば一体化している。記号の部分とメディア部分を分離できる場合もある。たとえば、本という「容れもの」と活字という記号と。でもここで急いでつけ加えねばならないが、この両者を分離することにはどんな意味があるというのだろうか。「メディアはメッセージである」という命題がリアリティをもっているということは、記号とメディアの分離ができない場合のほうが多く、しかも分離することに意味がないということだ。話しことばのコミュニケーションでは、しばしばなにが記号で、なにがメディアか、自明ではない。他方テレビコミュニケーションでは記号性とメディア性が、相対的な入れ子構造になっている。したがって、記号接触とメディア接触とを明確に区別することなどできない。

要するに人は、四六時中、広義の環境を相手にコミュニケーション・記号接触をしている。しかも、睡眠中も、「夢」という、ある意味では最も典型的というか、純粋というか、窮極のというか、そういう「メディア行動」をしている。見方をかえれば人は記号から自由でない、いつも記号に緊縛されている。しかし人は他方、記号・メディアとの不断の接触の中に愉しみを見出している。出社前の新聞・テレビ、通勤車内のスポーツ紙、仕事のはざまでの同僚とのおしゃべり、帰宅車内の夕刊紙・週刊誌、晩酌の時のテレビや家族とのおしゃべり、就寝前のニュースショー等々、さらには車内の文庫本、朝と昼のワイドショー、お笑いバラエティ、お目当ての

語も、とにかくこの種の「悪徳」のほとんどすべてがコミュニケーション行動という形式をとる。しかも、これら「悪徳」は口でいうかぎりのコミュニケーション行為をとる場合、ほとんど社会的制裁を受けないのみならず、時と場合によってはもてはやされる。いや口でいう場合だけではない。誇大・虚偽広告は非難されているけれど、その筋の専門家から高い評価を与えられている広告の大半は、上手に、さりげなく、洗練された形で、イキに「嘘をつい」ている。ぼくらはそれを先刻承知でオモシロがっている。この「悪徳」を享受し、時に愉しんでいるのは、決して理性ではなく、「文化的に洗練された」感性、ということになっている。人間コミュニケーションのこうした(脱?)規範的な構造、いうならば魅惑的な「悪徳」の仕掛けについてはいずれ再説することになるだろう。

生態描写をするもうひとつの理由。いうまでもないが、描写はぼくなりにやる。したがって、入門書・概説書のそれとは、相当に違ったものになるはずである。それに随所にコメントを挿入するつもりだから、「これが生態の客観的描写か?」とおしかりを受けても仕方ない。これをもう一度いいおすと、このイントロダクション的言述が、これから試みられる「メディア論」をわかりやすくする、ということなのだ。すでに書いたことから明らかなように、人間の日常的・生活的コミュニケーション行動というのは、相当にとらえどころのないものであって、コミュニケーションに使われる、あるいはコミュニケーション行動の対象となり、時にはともにあるメディアにしても、これがある状況で常に安定的に機能しているなんてことはありえない。マスメディアの表示が行動の対象であった次の瞬間には、「自然」を相手に「対話」⁽³⁾していて、そして次の瞬間にはもの思いにふける(人格の内部での内的なコミュニケーション)。たとえばマスコミ行動とコミュニケーション行動を分けて考えることはできるにしても、実際にはその人の行動の理解と説明には、両者の範疇的区別などなんの意味もない。マスコミ、「自然」、「自分」を相手のコミュニケーション。そしてこれは直ちにメディア行動といいいおせる——というふうな文脈で生態描写をする。こういうメディア行動の描写は、おそらく通常の入門書などにはないはずである。まあ正確にいうと、オーソドックスな「メディア論」などまだないということなのだが。というわけで、いってしまえば、生態描写自体が、ぼくかなりの「メディア論」の一環を構成しているともいえる。描写を読んでいるうちに、「メディアイメージ」が鮮明になってくるはずである。いや、鮮明にしてほしい。既成の正統派のイメージに近いものをもっている読者には、イメージの変換をせまることになるかもしれないが。

している自分、その他さまざまなメディアと接触してちょっと他人にみせたくない反応をしている自分、その他他の自分——こういう自分と、その時メディアと接触していなくて別のことをしていた自分、あるいはいわゆるメディアとの接触はなかったけれどメディア的なもの（家族や友人、なんらか趣味に属するもの、酒場や行楽地）とつきあっていた自分とを比較しながら、このさまざまな自分を他者の眼で眺めてみたら、きっと自分とメディアについてなにかあらためて知ることがあるのではなからうか。「高級」な書物を読んでいる自分だって他者の眼にさらされるのは気持のいいものではないわけで、メディアと接触している状態というのは妙にプライベートルなカンジのものでなにやら気恥しいところがある。あるいは他者のメディア接触・コミュニケーション行動をみると、時にみているのではないものをみてしまったというウシロメタサを感じることがある。これは人間のコミュニケーション行動に関して一般的にいえることではないか、と年来ひそかに思っている。視聴者参加番組への投書、伝言ダイヤル、パソコン通信、Eメール、インターネットのホームページ等々、人間はコミュニケーションをとりわけ好む動物でありながら、ペンネームやニックネームを、特に匿名という名前を使ったがるのもそのせいではなからうか。いうまでもないが、この「匿名」は決して完全に身をかくすためのものではない。ある面では自分を誇示したい、しかし自分の私^{プライベート}性のすべてを公開したくない——という両義的な気持に、いわゆる「匿名」は正確に対応している。この両義的な気持は、人間とメディアの関係のある核心にふれているように思う⁽²⁾。

ぼくらの日常性の中のメディア接触をおのがじし眺めてみることによって、人間のコミュニケーションの端倪すべからざる部分を垣間見ることができるようだから、これから書く情景描写もまったく無意味ではないと思っている。ブラウン管上の瞬間的なシーンに魅入られ、表情が動き、身体もそれに連動して時に不自然な動作をし変なポーズをとっている。その一瞬の自分とは何であるのか、そうならしめているものは何か。考えてみれば不思議なことであり、これまた問われて答えられるものではない。序章で「人間コミュニケーションのうさんくささ」なんていいかたをしているけれど、今書いていることと関係あり、だろう。コミュニケーション行動で、いわゆる理性が作用しうること、あるいはそういうコミュニケーションもあることは認めていい。しかし、実際のところ、特に日常的・生活的なコミュニケーション行動を支配しているのは、理性以上に、感性（感情）というか、情緒性というか、いってしまえば価値合理的なベクトルの極めて稀薄な欲求・欲望である。嘘言も、欺瞞も、瞞着も、虚飾も、偽善も、煽動も、媚びも、諂いも、大言も、壮

命題もしくはパラダイムにたどりつき、その説明を試みるつもりである。

一 人間―メディアの生態

「人はメディアとどういう関係をもっているか、メディアにどう接触し、メディアをどう利用し享受し、どう愉しんでいるか」あるいは「メディアは、人の社会的存立・社会的生存の持続のために、どういう働きをしているか」……といった問に、完璧で普遍的で誰も首肯せざるをえない、つまりは窮極の解答が書かれたら、それはもう最終の「メディア論」であり、メディアについての絶対的な理論であり、したがって「メディア論」を試みる理由などなくなる。常識的に考えてわかることだけれど、この解答はいまだ書かれたことはない。将来あるのかどうかもまったくわからない。おそらく無限に解答の試みが続くにちがいない。がこういう問を問わざるをえないから試みが続くという事情を頭に入れて置いた上で、問に対する正面からの解答ではないのだが、「メディアの前での」「メディアとともにある」「メディアに影響された」「メディア利用にかかわる」人間の生態を描写⁽¹⁾して、みることにばくは意義を認める。この種の描写は実は「(マス)コミュニケーション論」といった主旨の研究書・入門書・教科書に必ず挿入されている。あらためて書くのはいくら気がひけるのだが、ばくなりに書いてみる⁽¹⁾。

あえて書く理由は、この毎度お馴染の文章(ばくが書くところではない!?)をとにかく読んでもらって、読んでいる間、人(ほかならぬ読者であるあなた)とメディアの関係について自覚的・意識的になってもらいたい、ということがひとつある。狭義のメディア、つまりは主としてマスメディア、これを愉しむについては、自覚も意識もいらない。しかし、メディア論である以上、メディアとメディアにかかわる人間行動(最広義の)とを、対象化し意識的に観察することは、当然の前提である。しばらくは、メディアと自分を客観的に眺めてみてほしい。これは決してムダなことではない。テレビドラマに出演している美少女ということになっている人物を口を開けてみている自分、やくだいもないお笑いバラエティにバカ笑いしている自分、スポーツ番組の一シーンに思わず身をのり出している自分、なにげなく目を落した経済記事に一瞬眼を瞠り衝撃を受けている自分、通勤の車内で芸能スポーツ紙のH記事をちょっと後めたい気分で見ている自分、夕刊紙の過激で空虚な見出しに苦笑している自分、深夜のニュース番組を比較的マジにみて頭の中の整理を

ザ・ミーデIAM

——メディア論の試み——(II)

中野 収

第二章 人間—メディア生態描写(1)

本稿は、一応『第二章』となっているけれど、前回の序章について『第二章』という意味ではない。この『メディア論の試み』シリーズでは、書きたいこと、書けること、今書くべきだと思っていること、特に興味・関心のあることを、ほとんど順不同で書いていくことになりそうだ。いうまでもないが決して意図的にしているわけではない。ひとえにぼくの頭の中で、いうところの「メディア論」が理論的・論理的に体系化されていないから、「ものの順序」(論理的体系性)に従って書けないのだ。体系化されるのは「いつのことやら」という予感があるので、とりあえず書けること、書きたいこと、を書いて、いうならばこれら断片が一応出揃ったところで、あらためて体系化を考えるしかない、と思っている。

『第二章』とは、だから、序章の次に書いた「断片」という意味である。体系化の中でこの断片がどういう位置を占めるか、今のところまったくわからない。これは、序章についてもいえる。序章はあの内容だから、体系では「前の方」にくるだろうことは間違いないが。

今回と次回は、人とメディアの多元的な関係を描いてみることにする。つまり本稿と次号掲載予定の稿が描写にあてられる。だから『第二章』は、本稿と次号掲載稿より成る。予定稿の後半で、書き直されるべき「メディア論」の論理的前提となるはずの、公理的